

**ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЛІГРАФІЧНОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

**ECONOMICAL FIRING DIRECTLY IN PROMOTION
COMPETITIVENESS OF PRINTING
ENTERPRISE**

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри економіки Дискіна Анастасія
Аркадіївна

Здобувачка вищої освіти: Мінковська Ангеліна Миколаївна
Supervisor: Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of
Economics Dyskina Anastasisa Arkadiievna
Higher education applicant: Minkovskaya Angelina Mykolaivna

Анотація: В роботі проаналізовано основні підходи до поняття конкурентоспроможності підприємства, тобто конкурентоспроможність може бути визначена лише при порівнянні з конкурентами. Визначені конкурентні позиції учасників ринку, які формуються з їх законних інтересів та завдань із ведення бізнесу. Виділено декілька рівнів конкурентоспроможності, а саме товарний, мікрорівень, мезорівень, макрорівень. Запропоновані шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентна позиція, підприємство, рівні конкурентоспроможності, конкуренти.

Annotation: The work analyzes the main approaches to the concept of enterprise competitiveness, meaning that competitiveness can only be defined in comparison with competitors. The competitive positions of market participants are determined, which are formed from their legitimate interests and business objectives. Several levels of competitiveness are highlighted, namely product level, micro level, meso level, and macro level. Ways to enhance the competitiveness of the enterprise have been proposed.

Keywords: competitiveness, competitiveposition, entrepreneurship, competitivenesspeers, competitors.

На сучасному етапі економічного розвитку проблема конкурентоспроможності займає центральне місце в економічній політиці держави. Створення конкурентних переваг перед суперником стає стратегічним напрямом діяльності держави та її органів у сфері забезпечення конкурентоспроможності національної економіки. При цьому підвищення конкурентоспроможності стосується всіх рівнів її ієрархії: продукції, підприємства, галузі, регіону та країни в цілому, але особливої важливості набуває конкурентоспроможність підприємства як основної ланки економіки. Незважаючи на велику кількість факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, все ж таки основним і визначальним з них залишається його здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію та створювати умови для її просування на ринок.

Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення їм конкретної потреби проти аналогічними об'єктами, представленими цьому ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію проти аналогічними об'єктами.

Конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, що використовуються для оцінки ефективності економічної діяльності суб'єктів господарювання. Саме слово конкурентоспроможність, стосовно якого б суб'єкту воно не розглядалося, означає здатність даного суб'єкта (потенційну та/або реальну) витримати конкуренцію.

Різноманітність існуючих підходів до поняття конкурентоспроможності нині в економічній літературі визначається:

- або особливостями постановки завдання та мети дослідження, що приводить автора до необхідності акцентування своєї уваги тому чи іншому аспекті конкурентоспроможності;
- або особливостями вибору предмета дослідження, як якого можуть виступати предмети конкуренції (товар, послуга) і суб'єкти конкуренції (підприємства, галузі, регіони, національна економіка, держава), та об'єкти конкуренції (попит, ринок, фактори виробництва: природно-сировинні ресурси, робоча сила, капітал, цінні папери, інформація, політична влада), та масштаби діяльності світові ринки).

Конкурентна позиція – теоретично в конкуренції становище підприємства стосовно суб'єктам конкурентного оточення, що утворюється із сукупності позицій, які фірма займає і обстоює в конкурентному середовищі.

Конкурентні позиції учасників ринку виступають у теорії конкуренції узагальненим виразом конкретного становища, яке вони займають у конкурентному середовищі по відношенню до конкурентів та іншого оточення в процесі їхньої професійної діяльності з управління власним бізнесом.

У процесі ділової конкуренції кожна фірма займає, відстоює, зміцнює свої конкурентні позиції щодо споживачів, постачальників, найнятих працівників, конкурентів та інших. Ці позиції формуються з їх законних інтересів та завдань із ведення бізнесу. У свою чергу оточення формує по відношенню до них власні позиції відповідно до своїх інтересів та завдань діяльності[1].

Досягнення сторонами конкурентних позицій вказує на те, чого досягли учасники ринку самі, взаємодіючи з конкурентами, і чого вони не дозволили або дозволили досягти суперникам, роблячи власні конкурентні дії. Порівнюючи конкурентні позиції сторін, можна з'ясувати рівень і масштаби випередження учасниками ринку своїх конкурентів, чи відставання від них; визначити конкурентоспроможність підприємства [2].

У найзагальнішому сенсі під конкурентоспроможністю розуміється здатність випереджати інших, використовуючи свої переваги у досягненні поставленої мети.

Вирізняють кілька видів конкурентоспроможності:товарний, мікрорівень, мезорівень, макрорівень (таблиця 1) [3,4].

Таблиця 1

Ієрархія понять конкурентоспроможності

Рівень конкурентоспроможності	Поняття конкурентоспроможності
Конкурентоспроможність країни	Здатність країни виробляти товари та послуги, що відповідають вимогам світових ринків, та створювати умови нарощування державних ресурсів зі швидкістю, що дозволяє забезпечувати стійкі темпи зростання ВВП та якість життя населення на рівні світових значень
Конкурентоспроможність регіону	Здатність регіону виробляти товари та послуги, що відповідають вимогам внутрішніх та світових ринків, створювати умови нарощування регіональних ресурсів (інноваційні, інтелектуальні, інвестиційні) для забезпечення зростання потенціалу конкурентоспроможності суб'єктів господарювання зі швидкістю, що забезпечує стійкі темпи зростання ВРП та якість життя населення регіону на рівні світових значень.

Конкурентоспроможність галузі	Здатність галузі виробляти товари та послуги, що відповідають вимогам світових та внутрішніх ринків, та створювати умови зростання потенціалу конкурентоспроможності підприємств галузі
Конкурентоспроможність організації	Здатність до досягнення своїх цілей за умов протидії конкурентів; задовольняти потреби споживачів шляхом виробництва та пропозицій ринку товарів, що перевершують конкурентів; використовувати виробничі та управлінські ресурси для розвитку та розширення ринків збуту, збільшення ринкової вартості підприємства
Конкурентоспроможність товару	Здатність бути привабливим для покупця в порівнянні з іншими виробами аналогічного виду та призначення завдяки кращій відповідності його якісних та вартісних характеристик вимогам даного ринку та споживчим оцінкам

Джерело: складане авторами на основі [3, 4].

Порівняльний характер дослідження та оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства, впливає з наведеного вище загального розуміння цього поняття, тобто конкурентоспроможність може бути визначена лише при порівнянні з конкурентами. Результат оцінки буде справедливим лише за умов конкретного ринку на конкретний проміжок часу, оскільки ринкова ситуація постійно змінюється.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства необхідна для: розроблення заходів, спрямованих на її підвищення, визначення контрагентів для здійснення спільної діяльності, а також розроблення програм виходу підприємства на нові для нього ринки збуту.

Існує кілька шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства: зростання обсягів реалізації продукту, поліпшення якості продукту, що випускається, зменшення витрат та бенчмаркінг.

Отже, конкурентоспроможність підприємства у якнайширшому сенсі можна з'ясувати, як здатність до досягнення своїх цілей за умов протидії конкурентів. Цілі, як правило, мають тимчасову прив'язку. Тому можна сказати, що конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю вести успішну (щодо поставлених цілей) діяльність в умовах конкуренції протягом певного часу.

Список літератури:

1. Дискіна А. А. Напрямки підвищення конкурентоспроможності логістичної інфраструктури «Укрзалізниці» на прикладі Одеського регіону / II Міжнародна конференція: Сучасні інноваційні та інформаційні технології у розвитку суспільства, 1-3 квітня 2019 р. , м. Катовіце.
2. Дискіна, А. А., Скіцан Г.О. Теоретичні підходи щодо підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства / А. А. Дискіна, Г. О. Скіцан // *Вісник Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова*. 2019. Т. 24, вип. 3 (76). С. 82-87.
3. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: (монографія) / За заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
4. Збиранник О. М. Конкурентоспроможність як ключова економічна категорія ринкової системи / О. М. Збиранник // *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. Сер.: Економічні науки. 2014. № 1. С. 75-82.